

Cattedra

RELATORE

CANDIDATO

Anno Accademico

Indice

	Pag.
Introduzione	2
1 - Contesto Storico della nascita dell'ENI	4
- 1.1 La Storia del petrolio italiano prima della Guerra	5
- 1.2 L'Italia del dopoguerra	6
- 1.3 La conversione energetica alla base dello sviluppo economico	8
2 - La pubblicità come strumento di crescita	12
- 2.1 Strategie comunicative e sviluppo industriale	13
- 2.2 Trasformazione del linguaggio pubblicitario	15
- 2.3 La cultura a supporto della comunicazione	18
3 - Eni principale promotore di sviluppo e motorizzazione di massa	21
- 3.1 L'impresa Pubblica come motore di sviluppo economico e sociale	22
- 3.2 Nuovo modello di sviluppo per l'Italia del sud	23
- 3.3 Trasposizione del nuovo modello di sviluppo nei paesi del terzo mondo	25
- 3.4 Paesi Produttori di petrolio come partner – la formula Mattei	27
4 - Le principali direttrici strategiche da Mattei ai giorni nostri	29
- 4.1 Dall'Agip all'Eni	30
- 4.2 L'Eni e la metanizzazione del Paese	32
- 4.3 La chimica come sviluppo naturale della lavorazione del petrolio	34
- 4.4 L'Eni del terzo Millennio	35
- Bibliografia	38

Introduzione

Cosa rende la storia dell'ENI e del suo fondatore così speciale e, come mai sono in tanti a raccontarla? E' la prima domanda che ci si pone quando si accede alla incalcolabile bibliografia "dedicata" ed al nutrito Archivio Storico dell'ENI dove oltre ad innumerevoli pubblicazioni e materiale audiovisivo, è possibile persino consultare, sfogliando pagina per pagina, tutti i numeri del primo organo stampa di casa ENI Il Gatto Selvatico, dal primo, stampato a luglio del 1955, all'ultimo stampato a marzo del 1965.

La storia dell'Eni è speciale perché nasce in un contesto storico ostile, dove un uomo "illuminato" che aveva capito che alla base dello sviluppo economico e sociale del nostro Paese c'era la necessità di avere una politica energetica affrancata dalla dipendenza dagli altri Paesi e che l'Italia avesse non solo le capacità ma anche le risorse per farlo.

Il contesto è quello del dopoguerra, quando la scarsa quantità di carbone estratto in Italia, tra l'altro di cattiva qualità, imponeva una forte dipendenza dall'estero, in particolare dalla Germania e dall'Inghilterra, ad un costo che pesava gravemente sul bilancio del Paese e che, di conseguenza limitava lo sviluppo e l'espansione industriale. Le centrali elettriche, ancora poco sviluppate e concentrate soprattutto nel Nord del paese, non potevano soddisfare il fabbisogno di energia e l'attività di ricerca ed estrazione dell'AGIP (Azienda Generale Italiana Petroli) era stata ridimensionata e resa sempre più improduttiva a vantaggio delle compagnie petrolifere Statunitensi.

Fu proprio dal commissariamento dell'Agip affidato ad Enrico Mattei, che ne avrebbe dovuto curare la liquidazione e la chiusura, che prese corpo questo progetto che avrebbe varcato i confini nazionali per diventare in seguito un modello di industrializzazione sostenibile ripercorso in tutto il mondo. Un uomo la cui esperienza di settore, era limitata fino quel momento ad una iniziativa imprenditoriale nel campo della chimica e delle vernici. Esperienza che deve aver contribuito certamente a fargli comprendere l'importanza che avrebbero assunto gli idrocarburi nello sviluppo dell'Europa del dopoguerra, ma il cui carisma dipendeva molto dall'esperienza politica e sociale maturata attraverso la militanza partigiana a seguito della quale aveva ricoperto il ruolo di vicepresidente dell'ANPI (Associazione Nazionale Partigiani Italiani).

Fin dove si spinse quell'ambizioso progetto fatto di coraggio, di valori e di cambiamenti che resero in pochi anni L'Eni una delle più grandi ed importanti compagnie petrolifere del mondo? E cosa resta oggi di quello che fu un vero e proprio prodigio industriale nato dalla tenacia e la caparbia di un "genio" sostenuto solo da pochi ma avveduti uomini politici che credettero in lui ed appoggiarono la sfida?

L'analisi di quel contesto storico, in cui la conversione energetica trasformò radicalmente le società occidentali, ci mostra come il petrolio assunse un ruolo fondamentale nella definizione dei rapporti internazionali e come l'Italia, per mezzo dell'Eni, seppe conquistarsi un ruolo centrale e addirittura di indirizzo ridefinendo, attraverso quella che fu definita "la formula Mattei", le regole del mercato energetico internazionale.

Questo lavoro si propone di illustrare come la storia dell'Eni sia stata trasversale alla storia dell'Italia e come parte di quei valori che hanno guidato la nascita e l'affermarsi dell'ENI in Italia e nel mondo, siano rimasti impressi e siano stati ripercorsi in ogni fase di sviluppo e di espansione della Società fino ai giorni nostri. Una forma di coerenza strategica impressa evidentemente nel "dna" di un *brand* che oggi rappresenta una delle più importanti multinazionali nel Mondo, che è presente in 73 Paesi e che conta oltre 30.000 dipendenti. Oggi l'Eni è una S.p.A. che ha esteso la sua missione oltre che nel petrolio e nel gas naturale, anche nella chimica verde, nell'energia elettrica e nelle energie rinnovabili.

Desidero, prima di lasciar spazio alla trattazione, esprimere la mia più sincera gratitudine al Professor Amedeo Lepore per la grande disponibilità accordatami, la pazienza che mi ha riservato e per l'importante supporto dato alla stesura di questo lavoro.

Le monografia citate nel testo, nonché molte preziose informazioni di indirizzo, sono state fornite dalla Dottoressa Lucia Nardi Responsabile dell'Archivio Storico dell'Eni, a cui vanno i miei personali ringraziamenti anche per l'attenzione ed il tempo dedicatomi.

Capitolo 1

Contesto Storico della nascita dell'ENI

1.1

La Storia del petrolio italiano prima della Guerra

In Italia i primi pozzi esplorativi di un certo rilievo furono effettuati in Emilia nel 1860 nella zona del Parmense. Le caratteristiche dei giacimenti italiani, profondi e con una capacità estrattiva molto limitata non stimolarono la crescita delle attività di esplorazione, né favorirono investimenti di capitali dalle imprese private. Il governo italiano già nel 1911 aveva stanziato risorse per finanziare le attività di esplorazione e, per dare sempre più impulso all'iniziativa dei privati, con il d.l. 19 nov. 1921, sancì chiaramente la rinuncia ad ogni concorrenza statale nelle ricerche degli idrocarburi.

Nel 1924 il governo Mussolini concesse alla società petrolifera statunitense Sinclair Oil (al tempo sostenuta economicamente da alcuni dei principali gruppi finanziari di New York, tra cui la banca del magnate Rockefeller) l'esclusiva per la ricerca e lo sfruttamento di tutti i giacimenti petroliferi presenti in Emilia ed in Sicilia (RDL n.677/1924). La compagnia petrolifera ottenne, per poter effettuare scavi in ulteriori territori della penisola, condizioni estremamente vantaggiose, come la durata novantennale delle concessioni e l'esenzione da imposte¹. Il relatore del documento di conversione in legge dichiarò in Parlamento: *“grossi organismi finanziari nazionali disposti a correre l'alea di queste ricerche non si sono costituiti, ed è ben difficile si possano costituire, perché da noi il capitale sceglie giudiziosamente la via dell'impiego sicuro”* (cit. in Mattei 2012).

Alla documentata denuncia di corruzione della compagnia petrolifera statunitense Sinclair Oil in favore del fratello dello stesso Mussolini e di alcuni gerarchi fascisti a lui vicini, la Storia riconduce l'assassinio del deputato socialista Giacomo Matteotti.

Fu in tale contesto politico che il secondo governo Mussolini, al fine di riaffermare la propria credibilità sul piano delle scelte energetiche del paese, cancellò gli accordi con la Sinclair Oil per istituire, “a tutela degli interessi nazionali” (B. Mussolini), la compagnia di Stato, denominata A.G.I.P. (*Azienda Generale Italiana Petroli*), le cui finalità erano lo svolgimento di ogni attività relativa all'industria ed al commercio dei prodotti petroliferi.

La neocostituita A.G.I.P. dovette negli anni 1926-40, dare corso alla strutturazione del settore petrolifero con l'obiettivo principale di calmierare in Italia il prezzo della benzina ponendosi in concorrenza con le grosse compagnie come Standard Oil e Shell che operavano sul mercato nazionale e che di fatto ne determinavano i

¹ M. L. Andriola, *Sul delitto Matteotti e le mazzette del Duce*, “PaginaUno” - Rivista bimestrale di analisi politica cultura e letteratura, n. 37 aprile/maggio 2014 in www.rivistapaginauno.it

prezzi. Adottò da subito una linea strategica basata sulla diversificazione degli approvvigionamenti del greggio mediante partecipazioni dirette con società locali per lo sfruttamento di giacimenti all'estero e con acquisizioni di forniture da diversi Paesi produttori.

Con il controllo di società locali, Atlas Petrol, Petrolul Bucaresti, estese i propri interessi in alcune attività minerarie in Romania e insieme alla British Oil Development, attraverso la società Mosul Oil Field che nel 1934, giunse alla scoperta di un importante giacimento in Iraq. Tuttavia, a causa del precipitare della situazione internazionale a sfavore dell'Italia, con le sanzioni economiche del 1936 per la guerra in Etiopia, la partecipazione nella società Mosul Oil field dovette essere ceduta².

L'A.G.I.P. effettuò in tutto il territorio nazionale rilievi geologici e furono perforati dal 1927 al 1939 ben 220 pozzi, ma solo nel 1943 l'attività di ricerca portò all'individuazione dell'importante giacimento di metano di Caviaga che rimase secretato fino al 1949 per timore che cadesse nelle mani dei nazisti.

1.2 L'ITALIA DEL DOPOGUERRA

Il contesto storico in cui prende forma il progetto dell'Eni, è quello del secondo dopoguerra, caratterizzato da profondi mutamenti sociali ed economici. Un periodo considerato come un grande spartiacque storico in cui si determinerà un nuovo ordine politico mondiale. La seconda guerra mondiale aveva sancito la liquidazione del nazifascismo, e l'emergere di due nuove superpotenze contrapposte, USA e URSS capaci di dare vita ad un bipolarismo politico, trasferito poi in tutti gli equilibri economici e politici internazionali definito "Guerra Fredda".

L'Italia era uscita sconfitta dalla guerra e la situazione, dopo il 1945, era tra le peggiori se paragonata a quella degli altri Stati europei in quanto il sud del Paese era già poco sviluppato ancor prima che il territorio italiano subisse i bombardamenti americani da un lato e la distruzione ad opera dei tedeschi in ritirata dall'altro. I mezzi di trasporto, le industrie, l'edilizia e le infrastrutture avevano subito danni ingenti e le condizioni di vita della popolazione erano caratterizzate da miseria, fame, disoccupazione.

L'Italia, paese di frontiera rispetto ai blocchi americano e sovietico, era ancora ideologicamente divisa in più parti. Una parte guardava con propensione al modello sovietico dove il comunismo aveva esteso il proprio

² F. Guidi, *La Storia dei primi 40 anni dell'Agip (1926-1966)*, Associazione Pionieri e Veterani Agip, S. Donato Milanese, 22/02/1995

dominio o la propria influenza, talvolta con il consenso degli Stati talvolta con la forza dell'occupazione. Un'altra rimaneva legata al modello monarchico ed altre ancora ravvedevano nel modello liberista americano, la via d'uscita dallo stato di depressione post-bellico.

In quel contesto gli USA, anche grazie ad ingenti interventi economici messi a disposizione della ricostruzione e dello sviluppo dell'Europa occidentale attraverso il Piano Marshall, divennero, per quella parte d'Europa, il principale punto di riferimento non solo materiale e politico, ma anche come modello di sviluppo sociale. La soluzione italiana per uscire dall'impasse, fu un Governo di Unità Nazionale fatto da tutti i partiti che avevano combattuto il fascismo e che tornavano ad essere protagonisti dopo venti anni di dittatura.

Non fu facile trovare la sintesi tra le varie ideologie ed i rispettivi progetti politici. In modo particolare vigeva la forte contrapposizione tra il Partito Comunista Italiano che, pur restando contrario alla "rivoluzione", mirava ad una trasformazione radicale della società in senso comunista quindi una società fondata sull'uguaglianza di diritti, e la Democrazia Cristiana che aveva raccolto in sé la piccola e media borghesia, i giovani cresciuti nelle organizzazioni cattoliche ed i contadini, e che auspicava un paese più liberista sebbene fondato sulla solidarietà. Quest'ultimo, che appariva essere il partito più moderato e capace di fronteggiare la spinta comunista che derivava dalla vicina Unione Sovietica, trovò il pieno appoggio della chiesa cattolica e degli USA.

La questione istituzionale fu risolta con un referendum dove per la prima volta votarono anche le donne, svoltosi il 2 giugno del 1946 e dove la maggioranza votò in favore della Repubblica. In seguito, nel 1947, una commissione composta da 75 saggi ed un'Assemblea costituente formata da rappresentanti di tutti i partiti, venne formulata ed approvata la Costituzione, i cui primi 12 articoli, sarebbero serviti a regolare la vita della Repubblica con i suoi principi di base. Vennero garantite libertà che nessuno più avrebbe potuto violare né limitare e che saranno definiti *diritti umani* come: diritto dell'integrità fisica della persona, al nome, al cognome ecc., *diritti sociali* quali: libertà di parola, di pensiero, di religione, di stampa e di riunione, *diritti politici* tra i quali risultano fondamentali, il diritto al voto e di partecipazione alle cariche pubbliche da parte di ogni cittadino.

La ripresa economica non tardò ad arrivare anche perché ricevette un importante impulso dagli interventi economici americani messi a disposizione dell'Europa attraverso il Piano Marshall. Si trattò infatti di un piano di assistenza che doveva servire a ricostruire le zone distrutte dalla guerra ma anche e soprattutto a risollevare le economie dell'Europa occidentale, migliorarne la prosperità e scongiurare contemporaneamente, in questo modo, la diffusione del comunismo. L'attuazione del Piano Marshall fu subordinata, dagli USA, alla riduzione delle barriere doganali e l'adozione di regole commerciali più veloci. L'uscita dalle macerie della guerra doveva avvenire creando un sistema produttivo più liberale e consumista sempre più aderente al modello

americano, affinché l'Europa occidentale diventasse un partner commerciale sempre più affidabile ma anche un enorme "mercato" a cui vendere i prodotti *made in USA*. Non è certo che l'imponente ripresa economica che seguì questa fase sia da attribuire agli aiuti americani. Di certo però il Piano Marshall contribuì a dare impulso alla ripresa economica, a rinnovare il sistema dei trasporti, a modernizzare le attrezzature industriali ed a facilitare gli scambi anche tra paesi europei, condizioni necessarie per l'apertura di nuovi orizzonti per le imprese italiane. L'arrivo di moderni macchinari accompagnati dal know-how americano spinse queste verso una trasformazione radicale dei propri processi produttivi. Le aziende manifatturiere italiane moltiplicarono vertiginosamente la propria capacità produttiva. In pochi anni l'Italia divenne uno dei principali produttori di elettrodomestici³.

1.3

LA CONVERSIONE ENERGETICA ALLA BASE DELLO SVILUPPO ECONOMICO

Anche gli effetti politici del Piano Marshall furono importanti. Gli aiuti economici contribuirono ad allentare le misure economiche di austerità ed il razionamento imposto nel periodo post bellico, riducendo così il malcontento ed aumentando di conseguenza la stabilità politica. I partiti comunisti di tutta l'Europa occidentale videro diminuire la propria popolarità e l'influenza comunista della vicina URSS ne fu notevolmente ridotta. L'aumento degli investimenti e del benessere, si trasformò presto in propensione al consumo ed un conseguente orientamento verso il modello sociale capitalistico, in netto contrasto con quello comunista ispirato al marxismo dove la proprietà dei mezzi di produzione da parte dei privati non era contemplata.

L'influenza americana ebbe un impatto significativo anche sulla conversione energetica delle industrie italiane che passavano dal carbone al petrolio a fronte della quale gli Usa assicuravano l'approvvigionamento di ingenti quantità di carburante a buon mercato, trasferendo di fatto la dipendenza energetica italiana dai paesi del nord Europa verso gli Stati Uniti.

In Italia, l'AGIP era impegnata in trivellazioni sia sul proprio territorio che all'estero anche se buona parte delle concessioni per la ricerca e lo sfruttamento di fonti fossili in Italia erano prevalentemente appannaggio di compagnie estere con netta prevalenza di quelle americane. Molte raffinerie di industrie private, erano state danneggiate o addirittura distrutte dai bombardamenti ed anche nel settore energetico il Piano Marshall contribuì in maniera importante alla ricostruzione dei siti produttivi. Vi furono, tuttavia, da subito da parte degli USA forti resistenze ad intervenire in favore dell'ente statale che per sua natura, avrebbe sottratto

³ E. Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

interessi economici all'industria privata ed agli stessi investitori americani che, pur descrivendo l'Agip come un ente parassitario che avrebbe drenato soldi al bilancio dello Stato aumentando il deficit di dollari verso gli USA, ambivano ad acquisirla ed a sottrargli le concessioni già in essere⁴.

In questo contesto la Democrazia Cristiana, popolata da più anime, ognuna delle quali proveniva da esperienze sociali e politiche diverse, esprimeva una classe dirigente fatta di accademici, intellettuali, di persone che avevano precedente esperienza politica, ma anche da un nutrito gruppo di partigiani che avevano militato attivamente durante l'occupazione nazifascista. Un gruppo organizzato di resistenza, sebbene votato ai valori del cattolicesimo, che si tradurrà all'interno della DC in una componente politica, portatrice di valori come la solidarietà cristiana. Un Enrico Mattei, già dirigente del partito ed esponente dell'ANPI (associazione nazionale partigiani italiani) e che in seguito diventerà il fondatore dell'Eni, dirà, durante il primo congresso della DC, che i cattolici avevano combattuto contro i tedeschi affinché: *“difronte alla efferata violenza di una pseudo civiltà pagana, trionfasse il precetto della carità cristiana”* (E. Mattei).⁵ Dietro la spinta propulsiva dei valori della cristianità e del patriottismo vissuti come una battaglia spirituale oltre che materiale da parte di questa frangia interna alla DC, si dà inizio all'interno della classe politica dirigente, ad una vera e propria battaglia diplomatica per la “resurrezione della patria” che, con la conversione energetica del sistema produttivo del paese, presentava prospettive di sviluppo mai così promettenti. Su questo spirito si innesca la strenua difesa da parte di Enrico Mattei dell'ente petrolifero statale e delle potenzialità che a suo avviso esprimeva, allorquando, anche grazie al precedente impegno sociale nella Resistenza, ma soprattutto alla partecipazione attiva alla costituzione del Partito DC, gli veniva conferito il ruolo di “Commissario liquidatore” dell'AGIP da parte di Cesare Merzagora.

Era l'aprile del 1945 ed appena un anno prima era stato scavato un pozzo esplorativo nei pressi di Lodi che evidenziava la presenza di metano nel sottosuolo e che lasciava presagire l'esistenza di un importante giacimento di gas metano. Le trivellazioni erano state bloccate ed il pozzo era stato chiuso e secretato per il timore che cadesse nelle mani dei tedeschi. Appena qualche anno prima, per la gestione di questa nuova risorsa energetica e del nascente nuovo mercato, l'Agip aveva costituito la SNAM che avrebbe avuto il compito di costruire i metanodotti per consentire il trasporto del gas dai luoghi di produzione a quelli di consumo. In questo contesto, l'Enrico Mattei incaricato dello smantellamento e della liquidazione dell'Ente, piuttosto che disgregarlo e darne i pezzi ad investitori d'oltreoceano, ne cominciò a difendere il mantenimento ed il suo potenziale possibile sviluppo.

⁴ E. Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

⁵ M. Bocci, *Cultura in Azione, l'Eni e l'Università Cattolica per lo sviluppo dei popoli*, Vita e Pensiero Milano 1917

L'azienda era considerata da sopprimere da quella parte della sinistra che vedeva nell'ente di Stato un retaggio della politica economica fascista, ed era ritenuta improduttiva e costosa da alcuni esponenti della DC, come l'allora Ministro del Tesoro Soleri, il quale spingeva sul Ministro dell'Industria Gronchi affinché l'AGIP fosse data in concessione a privati a fronte di un corrispettivo, e che fossero chiusi tutti i cantieri rimasti improduttivi. Nondimeno, in quella fase, nonostante tutti sembravano ritenere l'AGIP un carrozzone da alienare al più presto, pervenivano importanti offerte economiche dagli Stati Uniti da parte di investitori privati pronti ad esborsare centinaia di milioni di lire per acquisirne sia le attrezzature che le concessioni. Fu questo uno dei motivi che innescò in Enrico Mattei sentimenti di resistenza e di difesa dell'Ente che lo portarono a compiere persino atti che violavano il mandato che gli era stato conferito, come quello di spostare in segreto fondi destinati alla ordinaria amministrazione, verso le ricerche⁶.

Solo diversi anni dopo, superate le resistenze di esponenti del governo filoamericani come Soleri e con un mandato più forte che gli derivava dall'elezione a deputato del Parlamento e dall'incarico a vicepresidente dell'ente petrolifero, Enrico Mattei, molto vicino e quindi appoggiato dal capo del Governo Alcide De Gasperi, riuscì a persuadere il parlamento che un maggiore sviluppo dell'ente statale insieme allo sviluppo del settore gas, avrebbe avuto un impatto talmente positivo sull'economia del paese e sul benessere della popolazione da rendere ancora più improbabile l'avanzata comunista. Argomento che anche agli Stati Uniti stava molto a cuore.

Fu in questo contesto, proprio durante tutta la fase di dibattito parlamentare dove si discuteva se un ente petrolifero di Stato avesse ragione di esistere, che l'Agip scoprì una fonte di petrolio a Cortemaggiore che prometteva grande sviluppo ed opportunità economiche. A seguito di tale scoperta, fortemente enfatizzata dal Mattei che da anni ne recriminava il mantenimento e l'espansione, il ministro delle Finanze Vanoni, appoggiando l'idea di Mattei, propose la creazione di una holding pubblica che raggruppasse tutte le società ed enti dello stato in ambito energetico e chimico. Ci furono molte resistenze da parte di esponenti della DC come il senatore Luigi Sturzo che ravvedevano nello statalismo un freno verso l'economia liberista che aveva dato slancio all'economia del Paese ed un retaggio delle politiche del regime fascista. Solo nel 1953 fu istituito per legge l'Ente Nazionale Idrocarburi ENI, che aveva sì il ruolo di Holding pubblica ma al di sotto della quale, tutte le società restavano private ed avrebbero mantenuto la propria autonomia gestionale. Con la stessa legge, veniva attribuito il monopolio della ricerca e dell'estrazione di idrocarburi nella Pianura Padana⁷.

Il Dipartimento di Stato Americano fu molto critico riguardo a questa legge che faceva temere che potesse mettere a rischio le concessioni angloamericane accordate nel sud dell'Italia dove operavano molte compagnie

⁶ E. Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

⁷ F. Guidi, *La Storia dei primi 40 anni dell'Agip (1926 -1966)*, Associazione Pionieri e Veterani Agip, S. Donato Milanese, 22/02/1995

straniere, e portò alla formulazione di un memorandum dove Enrico Mattei veniva individuato come il responsabile di tali politiche: *“fintanto che il signor Mattei è a capo dell’Eni, con i forti poteri che la legge, molto liberamente formulata, gli ha attribuito, il suo obiettivo personale potrebbe essere il controllo finale di tutta l’attività petrolifera in Italia”*(memorandum Ambasciatore americano a Roma).

Capitolo 2

La pubblicità come strumento di crescita

2.1

Strategie comunicative e sviluppo industriale

Sappiamo tutti oggi quanto la comunicazione di massa sia importante per la promozione dei prodotti che si vogliono immettere sul mercato e soprattutto per diffondere il marchio di un'azienda. Lo sappiamo perché ce lo hanno dimostrato decine di anni di esperienza vissuti come consumatori. Ebbene sin dai primi anni del suo ingresso all'Agip, un Enrico Mattei ancora "pioniere", mostrò profonda consapevolezza di come una buona diffusione dell'immagine aziendale fosse determinante per lo sviluppo di un progetto industriale. La sua attenzione alla comunicazione lo portò a seguire in prima persona ogni singola iniziativa pubblicitaria nonostante egli stesso avesse affidato gli uffici Pubblicità e Rapporti con la stampa a collaboratori di sicura competenza. Le sue strategie comunicative furono sicuramente ispirate al sistema di "public relation" americano che ebbe modo di conoscere profondamente per esperienza diretta durante i suoi viaggi negli Stati Uniti, ma fu allo stesso tempo rivisitato e adattato al contesto italiano del momento ed alla cultura paternalistica ancora molto radicata a quell'epoca. Dagli Stati Uniti trasse la maggior parte del know how, ingaggiando società esperte di comunicazione ed affidando a queste anche la formazione dei propri quadri aziendali.

La strategia comunicativa del fondatore dell'Eni, che passava dalla promozione del *brand* attraverso campagne pubblicitarie sui quotidiani, sui periodici, radiofonico/televisive; attraverso la sconfinata cartellonistica stradale; mediante iniziative promozionali (gadget, concorsi) e persino attraverso testate che realizzava in seno alla stessa azienda, si scontrava con continui attacchi pubblici che aumentavano con l'accrescere della sua influenza. Enrico Mattei decise di includere nelle strategie di comunicazione, avocando a sé stesso il compito, una campagna di difesa pubblica dell'Ente e delle persone che vi collaboravano, enfatizzando in ogni occasione pubblica, la scoperta del petrolio da parte dell'Agip, ottenendo così una grande visibilità sui mezzi di comunicazione. Memorabile risulta un suo discorso pronunciato alla Camera il 26 ottobre 1949 in cui per difendere l'operato dell'Agip, destinataria di una feroce campagna di denigrazione a mezzo stampa finanziata dalle Aziende estere e private, oltre ad assumersi la "responsabilità" nei confronti della pubblica opinione per l'annuncio della scoperta del petrolio di Cortemaggiore, richiama con ironia una vignetta che una società estera aveva fatto pubblicare su più testate e che accennava ai notevoli rischi delle ricerche petrolifere in Italia con l'intento di presentare l'azienda di Stato a guida Mattei come incapace in tale attività. Mattei risponde con dati concreti agli attacchi ricevuti e chiede, con sarcasmo tagliente, come mai questa stessa azienda fosse disposta ad acquistare ed accollarsi i tanti rischi al posto dello Stato, usando in questo modo, con grande efficacia, la retorica come strumento di comunicazione.

Attraverso serrate campagne pubblicitarie e la rivendicazione dell'importanza dei risultati raggiunti negli anni precedenti, Mattei consolida la sua leadership riuscendo a mantenere il diritto di continuare i lavori di esplorazione già iniziati nel Nord Italia fortemente osteggiati dalle aziende private di settore.

In seguito gli attacchi aumenteranno e, includendo “l’opera” nella strategia comunicativa, il fondatore dell’Eni, fa pubblicare una serie di volumi volti a documentare l’accanimento mediatico della stampa nei confronti della compagnia petrolifera dello Stato, denominata *STAMPA E ORO NERO*. Il primo volume, pubblicato nel 1956, che ha per titolo *DOCUMENTARIO DELLA CAMPAGNA DI STAMPA CONTRO L’AZIENDA PETROLIFERA DELLO STATO*, è aperto da una prefazione che racconta la grande battaglia cartacea per il metano iniziata dal 1949 con le scoperte del metano e del petrolio nella Valle Padana, fino alla costituzione dell’Eni, e sottolinea come all’interno di tale collana non si ritenesse di dover raccogliere gli argomenti di difesa ma solo ciò che gli era stato scritto “contro” in quanto ogni attacco mediatico ricevuto dall’azienda di Stato e dai suoi rappresentanti era già stato confutato sistematicamente dalle opere e quindi nei fatti ⁸.

Oggi gli esperti di comunicazione sanno che la manipolazione psicologica è un fondamentale processo comunicativo ed un importante veicolo di pubblicità. Il bravo comunicatore è colui che riesce a veicolare messaggi semplici, anche se profondi, concreti e credibili, facendo leva sui fattori emotivi con una modalità narrativa facilmente riproducibile. Cosa c’è di più immediato di un linguaggio non espresso ma rimasto sottinteso? Leggendo gli articoli raccolti in questo primo volume, ci si imbatte talvolta in sottotitoli ironici che anticipano quegli articoli di giornale che mettevano in discussione il progetto industriale dell’Eni. Ad es. *IL CORRIERE LOMBARDO* n. 184 del 3/8/1949 Titolo: *LE TASCHE DI TUTTI* dove, l’autore dell’articolo dichiara, tra l’altro, di ritenere ingiusto che il petrolio si trovi nella Pianura Padana anziché nelle vicinanze di Roma o nella “povera Basilicata”, pubblicato nel primo volume dell’opera con il sottotitolo: Bene: Spostiamo la Valle Padana⁹. Impossibile non cogliere l’ironia e non dividerne il *sentimento*. Un precursore dei “*Tweet*” di cui conosciamo tutti l’efficacia comunicativa!

Fino alla morte di Mattei, verranno pubblicati 36 volumi che raccoglieranno oltre cinquemila articoli. La raccolta viene distribuita scientemente dallo stesso Mattei a tutti gli “stakeholder” dell’Eni con una sua personale lettera di accompagnamento, a sottoscriverne contenuti e modalità comunicativa.

⁸ Autori Vari, *Stampa e Oro nero 1949-1953 Documentario della campagna di stampa contro l’Azienda Petrolifera dello Stato*, Prefazione, Il Mercurio, Milano 1956

⁹ Autori Vari, *Stampa e Oro nero 1949-1953 Documentario della campagna di stampa contro l’Azienda Petrolifera dello Stato*, Primo Volume, Articolo del Corriere Lombardo pag. 360, Il Mercurio, Milano 1956

2.2

La trasformazione del linguaggio pubblicitario

Nel 1952, Enrico Mattei fa indire un concorso che porterà alla nascita del logo, ancora oggi in uso, del cane a sei zampe. La selezione, che venne bandita per la realizzazione della cartellonistica stradale della benzina Supercortemaggiore ed il gas Agipgas, viene aperta a tutti i cittadini diventando anch'essa un veicolo pubblicitario. Il montepremi di dieci milioni di lire attrae infatti migliaia di concorrenti i cui bozzetti saranno sottoposti ad una commissione fatta di personaggi famosi nell'ambito della pittura, architettura, disegno, critica e giornalismo. Tuttavia, si racconta che l'autorevole giuria, avesse scelto un disegno che raffigurava una raffineria dalle cui ciminiere uscivano fiamme e che, ancora una volta, sia stato Enrico Mattei, visti i disegni, a scegliere invece il secondo classificato "cane a sei zampe". Si racconta anche che ne abbia fatto modificare la posizione della testa perché, rivolta all'indietro, ne ammorbidiva l'aggressività¹⁰.

Sul significato delle sei zampe, non ci sono spiegazioni ufficiali da parte dell'autore del disegno. Tuttavia una nota dell'Ufficio Stampa dell'ENI degli anni '50 spiega che simboleggiano la simbiosi tra uomo e automobile in quanto le sei zampe rappresentano la somma delle quattro ruote dell'auto e le gambe del conducente, interpretazione coerente anche con la politica di promozione della mobilitazione di massa avviata da Mattei in quegli anni.

Nella strategia di comunicazione dell'epoca, oltre al logo aziendale vengono progettate e costruite moderne stazioni di servizio ispirate a modelli americani. Mattei riteneva infatti che l'immagine pubblica dell'azienda, fosse tanto più apprezzabile quanto più dimostrasse efficienza, innovazione e modernità e che il successo derivasse anche dal modo in cui ci si presentava sul mercato. A questo scopo, vedremo come sotto la sua guida, le stazioni dell'Agip risulteranno sempre più uniformate nello stile, nelle linee, nei colori e nei servizi resi. Saranno più grandi di quelle già presenti sul territorio, avranno grandi pensiline e chioschi abitabili e diventeranno in poco tempo parte integrante del paesaggio italiano. Riusciranno nel tempo a diventare luogo di ritrovo per automobilisti che vi troveranno servizi che vanno oltre il rifornimento del carburante, come il bar, la ristorazione e talvolta persino la possibilità di soggiornarvi. La loro uniformità le rende riconoscibili su tutto il territorio nazionale ed all'inizio degli anni '60 diventerà la rete di distribuzione più moderna del paese¹¹.

L'attenzione dedicata ai gestori dei distributori, che saranno l'interfaccia con il consumatore ed a cui è affidato il compito della relazione con il pubblico, ovvero con il "mercato", porta il Mattei ad istituire un *organo*

¹⁰ Archivio Storico dell'Eni – sez. documenti

¹¹ E .Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

stampa dedicato a questi ultimi intitolato *Buon lavoro, Amici!* che oltre a proporsi di trattare i problemi professionali della categoria, affrontava argomenti tecnici, commerciali e di “relazione con il pubblico”.

Mutuando un percorso già battuto con successo dal principale competitor ESSO, per formare i nuovi gestori, viene creata la “Scuola di formazione professionale gestori” a San Donato Milanese, dove vengono impartite lezioni teoriche ed esercitazioni pratiche e vengono intraprese una serie di iniziative finalizzate a fornire la preparazione per il personale degli impianti di distribuzione affinché imparasse a riconoscere la mentalità e quindi a soddisfare le esigenze dell’automobilista italiano.

Nel 1955 viene preparato un cartone animato, senza commento parlato, dedicato ai gestori delle stazioni di servizio in cui, attraverso disegni animati, si mostra il comportamento ideale del gestore della stazione di rifornimento impegnato a mantenere la struttura pulita ed efficiente ed a presentarsi al pubblico in modo impeccabile. Il documentario voleva imprimere nella mente del gestore come l’immagine pubblica del benzinaio e la “cura del cliente” fossero requisiti essenziali per il successo e lo sviluppo dell’Ente¹².

La figura del benzinaio era considerata centrale per lo sviluppo e l’espansione delle stazioni di servizio e perciò l’azienda la proponeva con esaltazione. La benzina e la sua distribuzione rappresentavano a quei tempi il “*core business*” dell’ente. Le stazioni di servizio dell’Agip che nel 1952 erano 36, appena cinque anni dopo diventano 558, raggiungendo una produttività molto superiore a quella delle società petrolifere straniere presenti da anni sul territorio nazionale. La diffusione delle stazioni di servizio su tutto il territorio potenzia automaticamente la pubblicità stradale fatta di insegne e cartellonistica che riportano il cane a sei zampe¹³.

A mano a mano che si sviluppano le attività dell’Agip ma anche dopo la nascita dell’Eni, le strategie di comunicazione si evolvono assecondando sempre di più quelle che erano le aspettative degli italiani che, grazie alla ripresa economica, si allontanavano sempre di più dallo stato di depressione lasciato dalla guerra e si avviavano verso un consumismo sempre più spinto. La TV entrava in tutte le case e si apriva un nuovo spazio di comunicazione di massa che in breve tempo sarebbe diventato il principale veicolo pubblicitario rivolto alle famiglie. Vedremo infatti che affianco alla carta stampata, in cui Mattei aveva tanto creduto fino a fondare la testata giornalistica *Il Giorno*, creata principalmente per difendere le scelte aziendali, ed il periodico destinato a tutti i dipendenti del Gruppo aziendale, *Il Gatto Selvatico*, fa partire una massiccia campagna promozionale audiovisiva fatta di numerosi spot televisivi per *Carosello* (*ampio ed unico spazio pubblicitario della TV offerto agli spettatori in prima serata*), dove i *testimonial* sono scelti tra i personaggi più noti del momento nel mondo dello spettacolo o dello sport.

¹² Archivio Storico dell’Eni Sez. Audiovisivi

¹³ E .Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

Dalla sconfinata cineteca dell'Archivio Storico dell'Eni è possibile accedere, tra l'altro, alla suggestiva raccolta di spot ancora oggi così accattivanti da suscitare un po' di rammarico in chi non è vissuto negli anni cinquanta. Spot dove, ancora una volta, precursore dell'era moderna e delle moderne tecniche di vendita, con la campagna *Un Premio in ogni casa*, la distribuzione delle bombole del gas Agip, promossa con rasserenanti messaggi circa la sicurezza del prodotto, viene proposta una serie di *desiderabili* prodotti offerti in omaggio a chi acquista la bombola di gas, come calze di nylon per le donne o coupon per ricevere TV e piccoli elettrodomestici su cui è sempre impresso il *Brand* dell'azienda, fino ad aprire all'aspettativa di un premio finale in concorso del calibro di, non una, ma ben cinquanta Alfa Romeo Giulietta, che può considerarsi la macchina più desiderata degli anni cinquanta e sessanta¹⁴.

La strategia dei concorsi a premio e della distribuzione di gadget diventa diffusissima in quegli anni ed è adottata da moltissime aziende in quanto fa molta presa sulla popolazione che ancora risente della povertà vissuta durante il periodo bellico e postbellico, tuttavia, la scelta da parte del gruppo industriale guidato da Mattei di investire su personaggi che faranno la storia della televisione italiana e del teatro come Raffaella Carrà, Dario Fo, Franca Valeri ed altri, lasciano intravedere come la necessità di aggredire il mercato, venisse coniugata con il bisogno di diffondere "la cultura attraverso il consumo" ed accrescere contestualmente la stima e la fiducia verso le capacità dello Stato italiano, che si affrancava sempre di più dalla dipendenza energetica che aveva caratterizzato il secolo precedente, legittimando così, sempre di più, le scelte politico/industriali operate e che porteranno l'Eni a diventare in seguito il colosso industriale che conosciamo tutt'oggi.

La crescita dei consumi di quel periodo portò un po' tutte le aziende ad investire in pubblicità che doveva stimolare sempre i bisogni "emotivi" insieme a quelli reali dei consumatori. In quest'ottica le imprese si fecero affiancare da esperti ed intellettuali. La così detta democrazia dei consumi viene sorretta e diffusa attraverso la pubblicità fino a diventare nei paesi del blocco occidentale "*un importante elemento di legittimazione politica, di appartenenza nazionale e di affermazione di diritti di cittadinanza*" (E. Bini)¹⁵.

Dopo la guerra, si era diffusa la produzione di documentari di propaganda cinematografica. Si trattava di cortometraggi che venivano proiettati obbligatoriamente prima dei Film nelle sale cinematografiche e che rientravano nel "progetto informativo del Piano Marshall". Dovevano servire a diffondere e magnificare l'intervento economico degli Stati Uniti in Italia ed imprimere sempre di più e meglio il "sentimento"

¹⁴ Articoli vari della Rivista aziendale Il gatto Selvatico – Archivio Storico dell'Eni sez. Riviste

¹⁵ E. Frescani, *Cultura e Oro nero. Strategie comunicative e intellettuali nell'Agip e nell'Eni di E. Mattei*, "Storia e Futuro", Rivista online n. 38 giugno 2015 in www.storiaefuturo.eu

filoamericano, persuadendo in tal senso, attraverso l'uso delle immagini, l'ampia fascia di analfabeti presente in Italia più esposta ai rischi di conversione verso l'ideologia comunista.

Anche lo stesso Governo italiano, impegnato nella ricostruzione del paese e della propria immagine, produrrà oltre duecento documentari che mostreranno un'Italia proiettata verso un futuro carico di prospettive. Succede che anche sul piano audiovisivo, si inserisce prepotentemente la propaganda politica e che le produzioni audiovisive diventino il palcoscenico dei due principali partiti politici del momento: la DC ed il PCI.

Negli anni cinquanta, anche le industrie utilizzano il cinema come veicolo per la comunicazione con l'intenzione di agganciare l'industria al mercato. Successivamente diventerà più uno strumento didattico con cui si illustreranno i procedimenti industriali e produttivi e saranno finalizzati a contribuire alla formazione del Personale tecnico. A tale scopo, molte imprese si dotarono di un apposito Ufficio dedicato alla realizzazione di documentari e tra queste, vi erano le principali concorrenti ESSO e SHELL. Tuttavia, Enrico Mattei, con la sua indiscutibile lungimiranza, e da arguto osservatore delle dinamiche sociali americane, ravvedeva già il maggiore potenziale che la TV avrebbe messo a disposizione dell'industria di lì a qualche tempo. Ed è infatti sul piccolo schermo, come abbiamo visto, che ha investito con successo le maggiori risorse.

2.3

La cultura a supporto della comunicazione

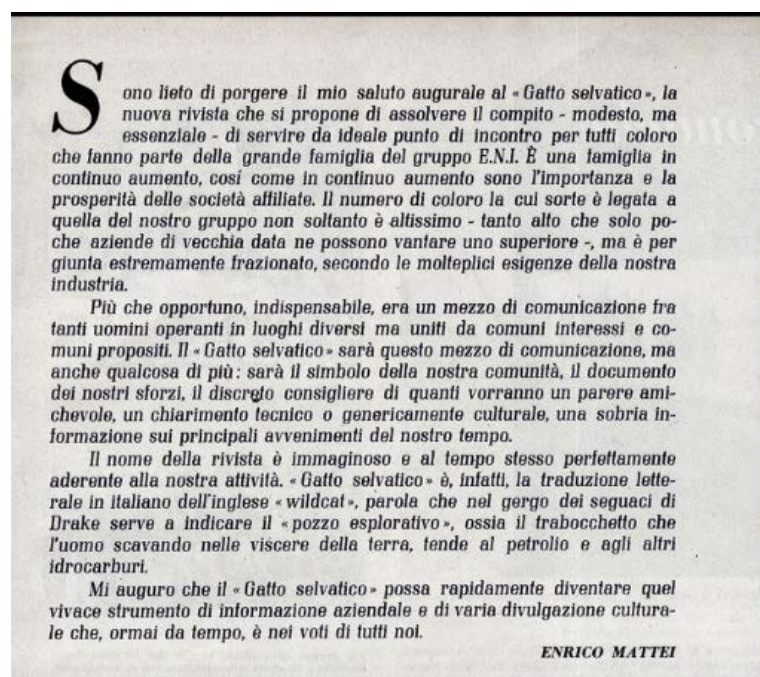
Enrico Mattei dimostrò da subito di essere consapevole che lo sviluppo economico non potesse prescindere da un cambiamento culturale e che il progresso industriale dovesse essere direttamente proporzionale alla crescita civile e sociale del paese e che questo potesse avvenire solo attraverso la conoscenza (la libera circolazione del sapere) e dallo sviluppo e l'utilizzo di nuove tecnologie. Lo sottolineano le scelte editoriali, la sua contiguità con il mondo accademico, il fatto che abbia investito sempre su uomini di cultura e si sia fatto sempre affiancare nelle scelte editoriali da intellettuali, scrittori ed artisti affermati. Tra le collaborazioni più importanti che ha potuto vantare c'è quella con il poeta Attilio Bertolucci, chiamato a dirigere il periodico aziendale *Il Gatto Selvatico*. Questo si distinguerà dall'organo stampa della concorrente ESSO perché non si limiterà a fornire ai dipendenti le informazioni di settore, ma soddisferà il bisogno, ampiamente manifestato da Enrico Mattei, di creare una rivista che favorisse la circolazione interna delle notizie, che fosse contestualmente il simbolo della nascente "comunità ENI" e che potesse diventare strumento di informazione

aziendale e nel contempo una rivista culturale, ricca di editoriali e materiale artistico e che promuovesse modernità rispettando il lettore senza mai prevarcarlo¹⁶.

Le riviste, i cui numeri sono tutti accessibili via Web in quanto sono stati digitalizzati e messi a disposizione del pubblico nella Home dell'Archivio Sorico dell'ENI, contengono cinquant'anni di cronache, immagini, storie e reportage che dimostrano come la Storia dell'Eni sia rimasta sempre collaterale a quella del nostro paese e quanto sforzo sia stato compiuto per contribuire all'evoluzione culturale dei dipendenti del gruppo e non solo.

Colpisce come sin dal primo numero de *Il Gatto Selvatico*, con l'articolo *PSICOLOGIA IN FABBRICA*, si condividano con i lettori, e quindi con il personale Eni, le strategie adottate per la selezione di nuovi assunti o per la ricerca, tra dipendenti interni, delle attitudini a guidare reparti. Ricerca finalizzata all'individuazione di possibili quadri aziendali. Ciò denota un sentimento di grande rispetto per le persone impiegate che, in questo modo, si potevano sentire parte integrante dell'azienda e quindi parte di quella "comunità" voluta dal fondatore dell'ENI.

Figura 2.1 Saluto Augurale alla rivista Il Gatto Selvatico del presidente Enrico Mattei



17

La guida da parte di un intellettuale e la scelta di collaboratori eccellenti del calibro di Leonardo Sciascia, nonché l'ingaggio di giovani emergenti, danno immediatamente il senso del tipo di rivista che si voleva

¹⁶ E .Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

¹⁷ Fonte: Archivio Storico dell'Eni - *Il Gatto Selvatico* – rivista aziendale n.1 luglio 1955

realizzare così come gli obiettivi che si volevano raggiungere. *La libera circolazione del sapere* risulta immediatamente soddisfatta da numerosi editoriali, rubriche ma anche immagini che promuovono cultura modernità ed emancipazione. Sfogliando uno dei primi numeri (Anno II n. 5 maggio 1956) salta subito agli occhi la ragazza in copertina alla guida di una macchina decappottabile con i capelli spettinati dal vento, quindi lontana dallo stereotipo comunemente accettato di donna destinata a soddisfare solo i bisogni della casa e della famiglia. Occorre tenere sempre presente che Enrico Mattei durante la guerra era stato partigiano impegnato nella difesa dal nazifascismo e tra i partigiani le donne avevano avuto un ruolo molto importante e spesso paritario rispetto all'azione di difesa svolta.

Sfogliando le pagine interne dello stesso numero vi si troverà un intero paginone dedicato allo scrittore Marcel Proust del quale viene riportato uno stralcio della sua principale Opera *Alla Ricerca del tempo perduto*. Più avanti un simpatica ed arguta analisi di come si inquadravano i personaggi della Disney Paperino e Topolino, nella società americana del momento, mentre alla pagina 19 si condividono i lieti ed i tristi eventi che hanno interessato i dipendenti nel mese di riferimento, che siano stati questi operai o dirigenti. Tutti parte della stessa “comunità”¹⁸.

¹⁸ Articoli vari della Rivista aziendale Il gatto Selvatico – Archivio Sorico dell'Eni

Capitolo 3

Eni principale promotore di sviluppo e motorizzazione di massa

3.1

L'Impresa Pubblica come motore per lo sviluppo economico e sociale

Lo sviluppo economico delle zone più arretrate del Paese fu uno dei principali obiettivi di Enrico Mattei che considerava l'impresa pubblica una importante leva sociale ed un prezioso strumento a servizio della collettività. Egli riteneva che in una moderna democrazia, l'impresa pubblica avesse il compito di farsi promotrice dello sviluppo economico e dell'aumento degli standard di vita dei consumatori, nonché quello di rendere i beni di consumo sempre più accessibili alle masse. L'Eni, coerentemente con tale visione, aveva quindi il compito di promuovere la motorizzazione di massa attraverso la diffusione di stazioni di servizio e motel, ma soprattutto rendendo accessibili i carburanti praticando prezzi più bassi della media degli altri paesi.

Con questo spirito, L'Eni, come altre grandi imprese, si era dotato di un Ufficio per le Relazioni Pubbliche allo scopo di migliorare sempre di più la propria capacità di comunicazione, l'immagine aziendale ed i rapporti con l'opinione pubblica, ma si dotò soprattutto di un Ufficio Studi a cui si avvicinarono importanti intellettuali che condividevano con Enrico Mattei la convinzione che politica, sviluppo economico, giustizia sociale e consumi di massa avessero come comune denominatore la capacità di impresa dello Stato.

Il principale promotore dell'Ufficio Studi dell'Eni fu Giorgio Fuà il quale aveva un grosso bagaglio di esperienza e di conoscenza circa le strategie di sviluppo delle aree depresse del Mezzogiorno acquisita lavorando presso la commissione Economica per l'Europa delle Nazioni Unite. In seno all'Ufficio Studi, si svolsero importanti confronti e dibattiti tra economisti e studiosi circa l'opportunità di intervenire fortemente sulla riduzione della disoccupazione e la promozione dello sviluppo industriale del sud del paese, anche allo scopo di contenere la diffusione del comunismo tra i contadini del Mezzogiorno. In quell'ambito, si osservava come il ruolo delle imprese pubbliche potesse contribuire allo sviluppo di queste aree e costituire un importante laboratorio per le politiche da adottare anche nei paesi del Terzo Mondo.

In quegli anni, non vi erano ancora molti mezzi in circolazione anche a causa della disastrosa situazione della rete stradale che non stimolava il mercato delle auto. Dall'Ufficio Studi dell'ENI parti l'idea di costruire una nuova ed efficiente rete autostradale che avrebbe certamente contribuito allo sviluppo del Paese collegando il nord con il sud, incentivato il mercato automobilistico e di conseguenza il consumo di carburante. Per tale progetto fu fondata una apposita società insieme alla FIAT, la Pirelli e l'Italcementi che dettero il via alla costruzione dell'Autostrada del Sole. Successivamente le opere furono prese in carico dall'IRI (Istituto per la Ricostruzione Industriale)¹⁹.

¹⁹ E. Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

3.2

Nuovo modello di sviluppo per l'Italia del sud

Lo sviluppo del Mezzogiorno, non rappresentò mai per Enrico Mattei un “obbligo politico-legislativo” sebbene con la legge n. 674/57 le grandi industrie statali erano tenute ad investire nel Sud almeno il 40% del proprio capitale. Mattei credeva che lo sviluppo del Mezzogiorno avrebbe contribuito alla crescita di tutto il paese ed era convinto che vi fossero nel Sud moltissime energie sopite da far emergere.

Nelle regioni del Sud, ad eccezione della Sicilia, non erano ancora stati avviati studi geologici che lasciassero ravvedere la possibilità di estrazione di idrocarburi. L'Eni di Enrico Mattei, elaborò per queste regioni un piano di investimenti quadriennale che comprendeva attività diversificate in ambito minerario, chimico e nucleare. La più importante realizzazione fu comunque l'impianto petrolifero di Gela progettato per poter lavorare un milione e settecento tonnellate di petrolio greggio l'anno. La Regione Sicilia aveva approvato una nuova legge mineraria ed aveva assicurato alle compagnie petrolifere zone di ricerca molto promettenti.

Su Gela partì una delle più grandi scommesse per lo sviluppo economico e sociale di un territorio fortemente depresso. Dal polo industriale di Gela fu possibile lavorare oltre che il petrolio gelese e ragusano, tutto quello che proveniva dall'area mediterranea anche se gli impianti entrarono in funzione solo nel 1963, ovvero quando il fondatore dell'Eni era già “scomparso”.

La posizione geografica della Sicilia, situata al centro del Mediterraneo, e gli importanti interventi economici statali erogati attraverso la Cassa del Mezzogiorno, assicuravano alle aziende petrolifere la possibilità di avere mano d'opera a basso costo e finanziamenti sia pubblici che privati, con l'ulteriore beneficio di poter raffinare il petrolio lontano dai paesi arabi dove a seguito del processo di decolonizzazione, non vigeva stabilità. Ben presto, anche per effetto di un grande investimento effettuato da un imprenditore lombardo che acquistò e fece ricostruire pezzo per pezzo una enorme raffineria dal Texas in un comune del siracusano, la Sicilia divenne uno dei più importanti poli di raffinazione d'Europa. Anche l'Eni ampliò i suoi insediamenti aprendo numerosi pozzi petroliferi e quando nel 1957 trovò il petrolio nei pressi di Gela, la popolazione locale ed i politici accolsero la notizia con enorme entusiasmo e considerarono l'Eni ed il suo fondatore come simbolo di riscatto dalla povertà.

Enrico Mattei a Gela: *“Amici miei, anch'io vengo da una provincia povera, da un paese povero come il vostro... noi non porteremo via niente. Tutto quello che è stato trovato, che abbiamo trovato è della Sicilia e il nostro sforzo è stato fatto per la Sicilia. Noi lavoriamo per convinzione, con la convinzione che il nostro*

paese e la Sicilia e la vostra provincia possono andare verso un maggior benessere. Che ci possa essere lavoro per tutti e si possa andare verso una maggiore dignità personale, una maggiore libertà. Amici miei, io vi dico solo questo: noi ci sentiamo impegnati con voi per quanto c'è da fare in questa terra” (E.Mattei)²⁰.

L'Eni impegnò molte risorse per promuovere l'immagine di Gela come emblema di prosperità e sviluppo economico. Il polo petrolchimico dell'Eni divenne agli occhi di tutto il Paese simbolo e strumento di sviluppo economico, sociale e culturale del Mezzogiorno. La costruzione dell'insediamento industriale di tale portata aprì ad altre opportunità di impiego nell'indotto e nell'edilizia.

Il livello di scolarizzazione in Sicilia era molto basso, il 30% della popolazione era analfabeta ed un altro 30% non aveva conseguito la licenza elementare. Fu necessario trasferire una grossa quantità di mano d'opera specializzata dalle regioni del nord. Tuttavia, l'Eni mise in piedi a Gela un Centro di addestramento professionale finalizzato a formare degli analisti chimici, una scuola dedicata all'addestramento professionale di meccanici generici, saldatori, tubisti ed infine, un istituto Tecnico per l'Industria chimica.

Fu realizzato un enorme villaggio di case destinate alle maestranze delle aziende Eni che si sostituivano ai tuguri privi di acqua e di servizio fognario dove la popolazione aveva vissuto fino a quel momento. Furono recuperati manufatti appartenenti all'Agip per essere convertiti in spazi dedicati al tempo libero dei propri dipendenti. Mattei incaricò un noto architetto austriaco per la costruzione di un complesso residenziale moderno dove non mancavano gli spazi sociali come chiesa, impianti sportivi, centro sociale negozi ecc.

L'Architetto Gellner, si era già occupato di progettare in precedenza la “Metanopoli” a San Donato Milanese, immenso complesso residenziale per i dipendenti a ridosso delle sedi Eni, ma anche le strutture destinate alle vacanze dei dipendenti e delle proprie famiglie come Borca di Cadore e Cesenatico. Ma fu a Gela, dove intervenne su un terreno brullo fatto solo di sterpaglie e canneti, che per la sua amenità veniva chiamato “*La macchitella*”, che Gellner dette il meglio del suo estro²¹.

Figura 3.1 Villaggio residenziale Eni “La Macchitella” (Gela)



22

²⁰ Archivio Storico dell'Eni Sez. Audiovisivi

²¹ E .Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

²² Fonte: Archivio Sorico dell'Eni. Roma

L'insediamento urbano fu pensato per incarnare tutti i principi guida del personaggio Enrico Mattei e per contribuire a realizzare la “*democrazia dei consumi*” incentrata sull'accessibilità ai beni di consumo ed alla motorizzazione di massa, dove ogni membro della “comunità” doveva essere dotato di una grande autorimessa perché: “... *fra pochi anni un nucleo familiare non avrà una macchina soltanto ma due, perché nel momento in cui il capofamiglia si recherà a lavoro, la moglie, con tutta probabilità, dovrà condurre i ragazzi a scuola o uscire per acquisti*” (E. Mattei)²³.

Al villaggio, furono associati numerosi servizi collettivi come scuola elementare e materna, negozi, un albergo che fu poi trasformato in ospedale, una piazza come luogo di ritrovo e furono anche realizzati numerosi villini destinati ai dirigenti del polo petrolchimico.

Sul buon esito dei propositi di Enrico Mattei, di contribuire allo sviluppo del Mezzogiorno e di favorire la crescita sociale e culturale delle realtà più arretrate come quella gelese, si è molto discusso. Del resto non c'è opera o scelta o azione che abbia promosso l'Eni che non abbia ricevuto critiche ed attacchi dalla stampa come testimoniano anche gli articoli raccolti nell'Opera *STAMPA E ORO NERO*. C'è da dire che dopo la morte del fondatore dell'Eni quei propositi furono effettivamente un po' accantonati o trascurati. Tuttavia, a guidare le scelte aziendali successive e fino ai nostri giorni, restano i “principi di base” che hanno ispirato Mattei e che oggi si traducono in sforzi politici ed economici a favore della *Sostenibilità*. Un termine che racchiude in sé ed eredita molti di quei precetti e di quelle promesse proferite in ogni occasione pubblica e privata da un visionario che da una modesta e bistrattata società petrolifera, ha creato un impero che ancora oggi è in grado di offrire lavoro specialistico ed opportunità in molti paesi del mondo dove continua a praticare la sua strategia di integrazione, ma anche e soprattutto in Italia.

3.3

Trasposizione del nuovo modello di sviluppo nei paesi del terzo mondo

Nel 1954, l'Italia era già in pieno *boom economico* e molte delle aspettative del Mattei si erano realizzate. I consumi erano aumentati a dismisura e la necessità di portare energia nel Paese, spingeva l'Eni ed il suo fondatore sempre di più fuori dai confini nazionali. Le politiche da adottare nei paesi produttori di petrolio,

²³ E. Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

furono elaborate da quello stesso Ufficio Studi dell'Eni, fortemente voluto Enrico Mattei, ed attraverso il quale erano state ideate le forme di intervento economico e di investimenti finalizzati a favorire lo sviluppo del Mezzogiorno d'Italia. Fu inevitabile collegare l'esperienza di Gela con quella dei paesi in via di sviluppo. Enrico Mattei, che per il resto del mondo incarnava l'Eni, si presentava come sostenitore della decolonizzazione, affermando pubblicamente che l'impero britannico e quello francese, così come il cartello petrolifero americano, attraverso il colonialismo, impedivano o avevano impedito la crescita e lo sviluppo economico dei paesi produttori di petrolio. In un discorso pubblico, ebbe modo di mettere in evidenza la similitudine tra la condizione dei paesi in via di decolonizzazione con la situazione italiana dove sosteneva di aver contribuito ad una sorta di decolonizzazione interna in quanto, vi erano stati, prima dell'intervento dell'Eni nel Mezzogiorno, settori dell'economia del Sud Italia sfruttati e "colonizzati" dal Nord.

Nei suoi interventi pubblici Mattei mise spesso in relazione il processo di decolonizzazione con la storia della Resistenza italiana ponendo a confronto e facendo parallelismi tra episodi e battaglie dei partigiani con le lotte per la liberazione dei popoli africani ed asiatici. Sosteneva che la liberazione dal colonialismo e dall'imperialismo, ovvero l'indipendenza dei popoli, fossero le principali premesse per l'evoluzione ed il progresso di questi Paesi ma anche presupposti necessari per una pacifica e civile evoluzione del "mondo futuro".

Mattei, dunque, sulla base dell'esperienza maturata nel Mezzogiorno d'Italia ed il successo conseguito in Sicilia, si proponeva ai Paesi produttori di petrolio come colui che poteva promuovere nei loro territori, attraverso nuove forme di cooperazione, uno sviluppo economico e sociale che li affrancasse dai Paesi più potenti, restituendo loro il controllo delle risorse ed aiutandoli a incrementare la loro capacità produttiva.

L'obiettivo era ovviamente quello di ottenere accesso ai grandi giacimenti di petrolio che erano fino a quel momento appannaggio delle compagnie petrolifere dei paesi più potenti, inserire L'Eni tra le grandi compagnie petrolifere mondiali, ma anche quello di conseguire contestualmente l'ulteriore duplice risultato di rendere l'Italia un Paese sempre più indipendente da un punto di vista energetico ed economico, e favorire lo sviluppo economico e sociale dei paesi produttori replicando l'esperienza del Sud Italia per dare vita anche in quei paesi ad economie incentrate sulla diffusione del benessere delle popolazioni attraverso i consumi di massa²⁴.

²⁴ E. Bini, *La Potente benzina italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

3.4

Paesi Produttori di petrolio come partner – la “formula Mattei”

A dicembre del 1954, un accordo con l'Egitto guidato da Nasser, stravolge per la prima volta lo scenario petrolifero mondiale: l'Eni istituisce una società mista in cui la partecipazione dell'Egitto è paritaria sia in termini di profitto che decisionale. Per la prima volta il Paese produttore di petrolio diventava partner superando così la prassi adottata dalle compagnie petrolifere mondiali di concedere ai paesi produttori un ruolo passivo riconoscendo loro solo il 50% del prezzo del valore di mercato del greggio. L'Eni si offrì di fornire ai paesi produttori di petrolio, capitali, tecnologia e know-how per permettere loro di raggiungere una maggiore autonomia sia industriale che economica e si impegnò a formare i loro ingegneri, geologi e tecnici. In questo modo avrebbe favorito la loro partecipazione alla fase di esplorazione, produzione e raffinazione con accordi di partenariato.

Tra la seconda metà degli anni Cinquanta ed i primi anni Sessanta, l'Eni firmò una serie di trattati con i paesi del Medio Oriente basati su partenariato tali da mettere in crisi le politiche petrolifere statunitensi ed inglesi adottate fino a quel momento che adottavano ancora strategie post-colonialistiche che impedivano a quei Paesi di affrancarsi e che non si coniugavano con uno sviluppo interno.

Il primo accordo raggiunto con un governo mediorientale, figlio di questa politica che sarà in seguito definita “La formula Mattei”, intercorse tra l'Eni, il Governo iraniano (lo Scia di Persia) e la compagnia petrolifera iraniana NIOC. Per la prima volta veniva istituita una compagnia petrolifera mista tra un paese occidentale ed un paese produttore, nel caso di specie, una compagnia Italo-iraniana, la SIRIP. Con tale accordo si stabiliva che l'AGIP Mineraria (Eni) avrebbe coperto tutti i costi di esplorazione e che la SIRIP avrebbe partecipato alle spese solo in caso di ritrovamento di fonti di petrolio. Il governo Iraniano avrebbe ricevuto il suo consueto 50% sul valore del greggio ma l'altro 50 sarebbe stato diviso in parti uguali tra le due compagnie petrolifere. L'Agip avrebbe trasferito sul luogo le attrezzature necessarie per l'esplorazione ed i propri tecnici.

In breve tempo la formula Mattei fu estesa ad altri paesi del Nord Africa come la Tunisia il Marocco e l'Algeria. L'Eni ha da quel momento portato avanti concreti programmi di sviluppo e di modernizzazione volti al miglioramento infrastrutturale dei Paesi partner.

La cosiddetta “formula Mattei”, risulterà in seguito essere stata molto più lungimirante del previsto perché gli sopravvivrà e sarà adottata negli anni successivi da tutti i competitor che si videro sottrarre “interessi economici” e modificare radicalmente le regole di mercato. Questa non fu basata su obiettivi meramente economici ma portava in sé quell'etica ispirata alla solidarietà cristiana tanto cara al Mattei.

Sull'esperienza tracciata da Mattei, Eni ha seguito a promuovere importanti programmi di sviluppo in Paesi africani come il Congo e la Nigeria, dove vengono portati avanti imponenti progetti volti all'elettrificazione delle aree urbane anche attraverso il recupero delle perdite di gas associate all'estrazione di petrolio. In Nigeria, prima dell'intervento dell'Eni, questi gas venivano bruciati in torcia, oggi si trasformano in energia elettrica a beneficio della popolazione. L'impianto, oltre che ridurre notevolmente le emissioni di "gas serra" nell'atmosfera, rappresenta il 20% della capacità di produrre energia elettrica del Paese.

Il riutilizzo di gas per fini energetici è alla base di numerosi accordi con Paesi come Mozambico, Ghana, Angola e Togo perché l'elettrificazione delle aree urbane è pregiudiziale per lo sviluppo socio economico di un paese.

Oggi il modello di cooperazione adottato dall'Eni, riassunto nel concetto di "sostenibilità" e che è tracciato nel suo "dna" perché orfana ma pur sempre figlia di Enrico Mattei, è gestito attraverso dei principi guida ben precisi che sono così riassunti:

- 1. Creazione di capitale relazionale (accordi e partnership locali, conoscenza del territorio, dialogo con le comunità)*
- 2. Sviluppo della filiera del sapere (rapporti con le università, diffusione della cultura dell'energia presso le scuole, formazione alle comunità nei progetti di sviluppo)*
- 3. Supply chain e local content (sviluppo delle managerialità locali, trasferimento delle competenze ai partner industriali, partecipazione delle imprese locali al business, formazione di alto livello al personale)*
- 4. Investimenti per lo sviluppo locale (grandi progetti integrati, accesso all'energia, community investment)*
- 5. Sostegno del territorio e filantropia (sponsorizzazioni)*
- 6. Partnership internazionali per lo sviluppo (università e ricerca, organizzazioni internazionali, associazioni private)²⁵.*

²⁵ Sito Istituzionale ENI SpA

Capitolo 4

Le principali direttrici strategiche da Mattei ai giorni nostri

4.1

Dall'Agip all'Eni

Come abbiamo visto, nell'immediato dopoguerra, il Comitato di liberazione nazionale (CNL) assegnò il ruolo di Commissario straordinario dell'A.G.I.P. a Mattei, con il compito sostanziale di liquidare l'azienda. Alla guida dell'AGIP, Mattei capì che il consistente giacimento di gas metano di Caviaga avrebbe avuto una importanza strategica per lo sviluppo del Paese, potendo disporre di una propria fonte energetica. Nei capitoli precedenti abbiamo illustrato tutti gli sforzi messi in campo da Mattei per favorire il movimento d'opinione a favore del mantenimento statale dell'Agip. Fu il gas della Pianura Padana a fornire la vera opportunità di crescita dell'azienda energetica dello Stato ed a consentire di volgere lo sguardo verso l'internazionalizzazione essendo garantita, per quei tempi, una discreta autonomia energetica nazionale. Nel 1953, la produzione nazionale di metano proveniente dalla Pianura Padana era superata al mondo soltanto da Stati Uniti e Canada. Ciò, oltre che permettere di finanziare la crescita dell'azienda di Stato attraverso la vendita del gas, fornì anche la possibilità di rendere più accessibili i costi dell'energia.

La scoperta del giacimento di Caviaga dette impulso a nuove attività di ricerca consentendo l'individuazione di ulteriori fonti di combustibili. Rivestirà particolare importanza la scoperta del giacimento di Cortemaggiore. Quest'ultimo garantì, infatti, produzione di *gasolina*, ovvero di quella benzina dalle alte prestazioni, che fu poi commercializzata con il nome di *Supercortemaggiore* con il noto slogan "*la potente benzina italiana*" e che, quantitativamente, arrivava a soddisfare un quinto del fabbisogno italiano.

Si palesò chiara in Mattei, sostenuto dal Ministro delle Finanze Ezio Vanoni ed il Primo Ministro Alcide De Gasperi, la necessità di istituire un ente pubblico economico, che avesse la possibilità di investire consistenti risorse finanziarie senza avere la pressione e l'urgenza della redditività²⁶. Con l'approvazione della Legge istitutiva dell'Eni n. 136/53, fu sancita "*l'esclusiva attribuzione all'ENI della ricerca, della coltivazione e del trasporto (con le annesse funzioni di costruzione e di esercizio delle infrastrutture necessarie) degli idrocarburi liquidi e gassosi nell'area della pianura padana e del mare a essa prospiciente*" e le fu attribuito, altresì, "*il compito di promuovere ed attuare iniziative di interesse nazionale nei settori della chimica e della ricerca, produzione, rigenerazione e vendita dei combustibili nucleari, nonché nel settore minerario attinente a questa attività*".

Il Gruppo industriale, si articolò con la costituzione di *sub-holdings* funzionali per settori di attività: AGIP Mineraria per la ricerca e la distribuzione di petrolio e metano; AGIP per la raffinazione e vendita di prodotti

²⁶ F. Catino, *Fonti fossili passato e futuro*, Istituto Treccani, Roma, 2013 rivista online in www.treccani.it

petroliferi e metano; SNAM, *Società Nazionale Metanodotti*, per la costruzione e l'estensione del sistema di trasporto dei prodotti petroliferi e gas; l'ANIC, per il coordinamento delle attività nella chimica.

Il regime di esclusiva sulla Pianura Padana rimase in vigore per più di quarant'anni e cessò con la legge nr. 625/96 di recepimento della direttiva comunitaria 1994/22/CE, in un contesto storico ed industriale completamente cambiato anche a seguito della privatizzazione del Gruppo e la scelta della nuova dirigenza di concentrare sempre di più gli sforzi verso lo sviluppo delle attività di ricerca ed estrazione all'estero.

La prima grande sfida dell'Eni dopo l'era Mattei fu la crisi petrolifera degli anni '70 che segnò la fine della fase di crescita economica dei paesi europei. Il boom economico era alle spalle e l'embargo stabilito dai paesi produttori di petrolio nei confronti degli Stati Uniti e l'Olanda, trascinò nella crisi tutti i paesi "energivori". L'Eni, non si fece trovare impreparata e, per consolidare la sua posizione sul mercato internazionale, ancora forte delle politiche di cooperazione adottate da Mattei ed apprezzate nei paesi produttori con i quali intercorrevano rapporti di partnership, firmò nel 1973 un accordo con la compagnia di Stato algerina per la fornitura di una enorme fornitura di gas che si aggiungeva a quello derivante da un contratto stipulato con l'Unione Sovietica nel '69 e chiuse accordi economici per la fornitura di greggio con Libia, Egitto, Nigeria e Tunisia. Negli stessi anni, scoprì due grossi giacimenti nel mare del Nord, tale che in soli tre anni, in piena crisi petrolifera, l'Eni acquisì all'estero una riserva di petrolio che in termini di quantità, era superiore a quella acquisita nell'intero decennio precedente alla crisi.

Anche la strategia della realizzazione di grandi infrastrutture di trasporto gas si rivelarono fondamentali per il mantenimento della posizione sul mercato. All'inizio degli anni '80, una nuova importante crisi petrolifera dovuta alla rivoluzione iraniana di Khomeini, ebbe effetti molto negativi sull'economia mondiale. L'Eni, in quegli stessi anni mandò in funzione il gasdotto Transmed che collega l'Algeria alla Sicilia, chiuse un nuovo accordo con la Libia che aveva al centro lo sfruttamento del più grande giacimento petrolifero del Mediterraneo, e scoprì infine altri giacimenti in Egitto nel Golfo del Messico ed in Congo. Nel 1988 l'Eni scopre petrolio di ottima qualità in Basilicata, considerato il più grande giacimento europeo su terra ferma. All'inizio degli anni novanta, per accorciare le distanze con le maggiori compagnie petrolifere mondiali e competere con gli stessi strumenti normativi, con decreto legge Eni si trasforma da ente pubblico in Società per Azioni e viene quotata in Borsa a Milano e New York. Lo Stato tratterrà, alla fine del processo una quota azionaria del 30 % detenuta da Cassa Depositi e Prestiti e conserva il diritto, in seno al Ministero delle Finanze, di esercitarne il controllo.

Di importanza strategica, inoltre, fu l'accordo per la realizzazione del gasdotto "Blue Stream", con una joint-venture tra Eni e Gazprom per trasportare il gas dalla Russia meridionale alla Turchia. Strategia che favorì il rafforzamento della leadership di Eni nel mercato europeo del gas.

Furono in seguito rinnovati o sottoscritti nuovi accordi strategici in Venezuela, Libia, Angola, e in Iraq dove Eni ha acquisì il giacimento petrolifero di Zúbair, uno dei più grandi al mondo²⁷.

4.2

L'Eni e la metanizzazione del Paese

La disponibilità di metano nel sottosuolo del territorio padano e la concomitante presenza in zona di importanti insediamenti industriali che avrebbero potuto usufruire di una fonte energetica a costi contenuti, suggerì la realizzazione di metanodotti di collegamento che avrebbero garantito alle industrie una continuità di erogazione di gas metano. Un'altra grande intuizione di Mattei fu quella di considerare il gas una valida fonte energetica alternativa al petrolio, sino ad allora non sfruttata dalle compagnie petrolifere straniere fino al punto da essere bruciato durante le fasi di lavorazione del petrolio. Mattei favorì la costruzione di una ramificata (sebbene onerosa) rete di distribuzione del gas metano a servizio principalmente delle realtà produttive del Nord, che avvantaggiandosi del minor costo della fonte energetica, riuscivano ad essere maggiormente competitive immettendo sul mercato i propri prodotti a condizioni economiche più favorevoli.

Nel 1951, la rete dei metanodotti in esercizio contava già 1500 km e serviva notevoli impianti come le acciaierie Falck di Sesto San Giovanni, gli stabilimenti per produzione di tubi di acciaio Dalmine, gli stabilimenti Montecatini, l'Azienda elettrica municipale di Milano e la Pirelli, per estendersi nel tempo anche in Piemonte a servizio de altri insediamenti industriali quali la FIAT. Per realizzare la rete di metanodotti furono affrontate sfide ingegneristiche notevoli. I lavori di metanizzazione comportarono sovrappassi fluviali, sottopassi ferroviari, opere complesse per gli attraversamenti degli incroci stradali con vie a traffico intenso. Ma la riduzione significativa dell'importazione da Stati esteri di combustibili fossili, favorì la crescita dell'economia nazionale, in particolar modo l'area settentrionale del paese, dove si era concentrata la presenza dei grandi gruppi industriali.

Sul versante della benzina, l'AGIP, nei primi anni sessanta, grazie al giacimento petrolifero individuato l'anno precedente a Gela e forte di una catena di distribuzione ormai capillare sull'intero territorio nazionale poté offrire un prezzo della benzina inferiore a quello praticato dalle compagnie internazionali, calmierando di fatto il mercato di fronte alle oscillazioni del prezzo del petrolio.

²⁷ P. Pirani, *La Storia dell'Eni dalle sfide di Enrico Mattei all'impegno per la sostenibilità*, 24 marzo 2010, "Affari Italiani", quotidiano on-line in <http://www.affaritaliani.it>

L'aumento progressivo della domanda interna del gas e la necessità politica di mettere a disposizione anche nelle aree depresse del Mezzogiorno una fonte energetica a costi vantaggiosi tali da poter stimolare l'insediamento di industrie e consentire lo sviluppo economiche anche del sud Italia, comportò un ulteriore impulso alla ricerche di giacimenti di metano in Italia. Ne furono individuati di nuovi importanti a Ferrandina in Basilicata e nel Mar Adriatico.

Negli anni successivi, le importazioni da Paesi Bassi e Russia hanno richiesto importanti investimenti per costruire ben 1110 km di condotte gas con attraversamento delle Alpi. Fu realizzato il gasdotto Transmed, lungo 2550 km, per trasportare metano in Italia dal grande giacimento nel deserto algerino. Recentemente, per potenziare la fornitura di gas dalla Russia meridionale, attraverso la Turchia è stato realizzato il grande gasdotto *Blue Stream*, operativo dal 2003, lungo 1250 e che supera il Mar Nero raggiungendo la profondità massima di 2150 m.

Complessivamente, queste grandi opere infrastrutturali hanno consentito di soddisfare il sempre più crescente fabbisogno di gas in Italia e hanno permesso contestualmente alle società del Gruppo Eni preposte alla realizzazione degli impianti, di sviluppare tecnologie d'eccellenza nel settore gas.

Dopo l'entrata in funzione del gasdotto Transmed, nell'Italia meridionale si poté sviluppare una capillare rete di distribuzione di gas dando nuovo impulso alle realtà produttive del Mezzogiorno. Con la legge 784/80 il Governo in carica poté istituire il programma generale di metanizzazione delle aree depresse del Sud Italia di cui beneficiarono le Amministrazioni locali che videro nei loro territori realizzare Reti di distribuzione destinate a servire le famiglie e le piccole e grandi realtà produttive. Eni intervenne nel settore delle costruzioni delle reti attraverso le sue consociate tra le quali Itagas, integrando oneri non coperti dal contributo pubblico²⁸. A partire dagli anni novanta e ed in modo sempre più palese fino ai primi anni del ventunesimo secolo, si è resa sempre più evidente la maggiore compatibilità ambientale del metano rispetto alle altre fonti fossili per il minor impatto ambientale e sui cambiamenti climatici. La sua combustione produce infatti meno anidride carbonica di altri combustibili a causa del minore contenuto di carbonio tale che, le analisi previsionali energetiche IEA, Agenzia Internazionale per l'Energia, vedono il gas naturale, unica fonte fossile in crescita di consumi tra gli scenari analizzati fino al 2035²⁹.

²⁸ Intervista a funzionari Italgas Reti SpA sede Napoli

²⁹ V. De Ceglia., *Hi Tech e nuovi mercati spingono il gas naturale: così supererà il carbone*, "Affari e Finanza", La Repubblica online in www.repubblica.it/economia

4.3

La chimica come sviluppo naturale della lavorazione del petrolio

Anche la petrochimica si sviluppò in Italia grazie alla *visione strategica* di Enrico Mattei che già agli albori della nascita dell'Eni prospettò in un suo intervento presso l'Università popolare di Milano l'idea di sviluppare questo settore: “ *ho avuto nei giorni scorsi modo di occuparmi dell'industria chimica, perché ci sono molte iniziative in corso; ci saranno stabilimenti importanti che verranno montati in Italia, perché con il metano si può impiantare in Italia una grande industria chimica tenendo conto di questo: che è più conveniente partire dal metano che dal carbone; e tenendo conto anche che attualmente nel Belgio le miniere di carbone vanno verso l'esaurimento; in Germania costa molto caro perché le miniere sono molto profonde e l'estrazione costosa*”(E. Mattei) ³⁰.

Per lo sviluppo della petrolchimica fu necessario un ammodernamento degli impianti di raffineria che consentisse particolari lavorazioni del petrolio. Il rinnovamento della raffineria STANIC (Eni) di Livorno, rese, negli anni 50, questo impianto tra i più moderni in Europa per una produzione diversificata di una ampissima gamma di prodotti derivati dal petrolio (supercarburanti, benzine normali, gas liquefatti, petroli, gasoli, oli combustibili di vario tipo, bitumi, oli lubrificanti di tipo selettivo ad alto indice di selettività, paraffine bianche).

Il comparto chimica dell'ENI, fu protagonista di numerose sfide tecnologiche di successo. Ebbe i propri centri di eccellenza nei poli di Ravenna e Gela, dove applicò la nota politica incentrata sulla valorizzazione di risorse locali e di promozione dello sviluppo industriale, economico e sociale dei territori coinvolti.

A Ravenna, dove gli impianti entrarono in esercizio nel biennio 1957-59, l'utilizzazione di metano consentì di avviare una linea per produrre di gomma sintetica di notevole qualità utilizzata nelle produzione di pneumatici, di tubi e di nastri trasportatori, conquistando una grande fetta del mercato europeo, e di fertilizzanti azotati per le concimazione dei terreni agricoli a basso prezzo.

A Gela, il ritrovamento di un giacimento di petrolio particolarmente denso e ad elevato contenuto in zolfo, quindi non idoneo agli usi diretti in raffineria, rappresentò l'occasione per realizzare uno stabilimento petrolchimico per la produzione di materie plastiche, oli lubrificanti, gasoli.

³⁰ E. Mattei, *Scritti e Discorsi, 1945-1962 Raccolta integrale dell'Archivio storico Eni*, Rizzoli Editore, Milano 2012

Alla fine degli anni Cinquanta, la petrolchimica italiana poteva dirsi avviata. La produzione fu estesa ai principali tipi di elastomeri (particolari polimeri con proprietà elastiche) e ad altre materie plastiche utili per modificare bitumi e ottenere manti stradali drenanti.

La politica industriale dell'ENI, sempre ben focalizzata sulla ricerca e sull'innovazione dei prodotti, tende oggi sempre di più a rispondere alle esigenze di sostenibilità ambientale nei settori integrati della chimica e della raffinazione. Tale è lo spirito guida di Versalis, la società del gruppo ENI che dal 2012 ha ereditato ed inglobato tutte le tecnologie e il know-how delle precedenti consociate Eni del settore chimico, la quale, attraverso l'impiego di imponenti risorse e la ricerca, mira ad una leadership internazionale nella "chimica verde". Il progetto del polo chimico da fonti rinnovabili di Porto Torres ne conferma il programma strategico: un investimento da cinquecento milioni di euro (per parte Versalis), in partnership con Novamont nella *joint-venture* Matrica, destinati alla realizzazione di un grande complesso industriale e la prima bioraffineria di terza generazione integrata con il territorio³¹.

Anche per il polo petrolchimico di Gela, Eni ha avviato un progetto di riconversione industriale in bioraffinerie per la produzione di biocarburanti sulla base di un accordo sottoscritto con la Regione Sicilia per lo sfruttamento dei giacimenti gassosi e petroliferi presenti nel canale di Sicilia e nel sottosuolo.

4.4

L'Eni del terzo Millennio

Nell'Eni del terzo millennio, ogni sviluppo o innovazione è studiato per raggiungere soluzioni sostenibili e a basso impatto ambientale. Eni, pur mantenendo la leadership dell'esplorazione ed estrazione in tutti i continenti del mondo, guarda alle energie rinnovabili con grande interesse e con impegno sempre crescente. Nell'ambito del percorso di decarbonizzazione, per il quadriennio 2019/2022 ha previsto ingenti investimenti nell'ordine di 1,2 miliardi di euro in progetti che entro il 2025 porteranno alla conversione di energia elettrica da fonti rinnovabili di 5 GW ovvero cinque miliardi di watt!

Oggi anche nel settore della raffinazione tradizionale, si promuove il miglioramento impiantistico finalizzato sia alla resa dei processi sia al miglioramento dell'impatto ambientale. Sono in corso importanti sperimentazioni per la minimizzazione dei rifiuti di raffineria. Ne è un esempio il progetto *zero waste*, che

³¹ Sito Ufficiale Matrica SpA

impiega tecnologie finalizzate a ridurre i fanghi industriali e, contestualmente, a valorizzarne il contenuto energetico³².

Anche le nuove esplorazioni vengono eseguite con criteri sempre meno distruttivi che tutelano gli ambienti naturali per eseguire le quali viene impiegato un imponente arsenale tecnologico. Eni si è dotata di uno dei più potenti computer esistenti al mondo realizzato da Hewlett Packard Enterprise, capace di eseguire investigazioni in poche ore di migliaia di km quadrati di territorio scendendo fino a 10/15 km di profondità e che, come sostiene l'Amministratore Delegato Claudio Descalzi, ha contribuito a tutte le recenti esplorazioni riuscendo a trovare risorse laddove altre società petrolifere non erano riuscite. Questo sistema permette di trivellare solo laddove i modelli matematici elaborati dal supercomputer individuano con assoluta certezza la presenza di combustibili fossili³³.

Nell'ultimo ventennio, in linea con le politiche di sviluppo sostenibile adottate dall'Eni, tutta l'attenzione del management è rivolta agli aspetti della qualità, dell'innovazione e della cooperazione allo sviluppo dei Paesi in cui è presente, con particolare attenzione verso la salvaguardia degli interessi delle comunità sia sul piano dello sviluppo economico che sociale ed ambientale. Proprio nella "sostenibilità" Eni è attualmente al vertice delle classifiche mondiali, come confermano i numerosi riconoscimenti ottenuti a livello internazionale. Obiettivi che Eni, ha perseguito sin dalla sua nascita. Impegnata sì a crescere nell'attività del petrolio e del gas naturale, ma attenta a favorire lo sviluppo sociale economico ed industriale dei paesi produttori anche con la condivisione della tecnologia applicata al settore e sempre in linea con quella idea visionaria del suo ispiratore conosciuto anche come "metodo Mattei".

In una recente intervista rilasciata dall'amministratore delegato al Corriere della Sera, si apprende che l'Eni, anche nell'economia "circolare", che non comprende solo le rinnovabili ma anche le produzioni di nuovi materiali come biocombustibili o bioplastiche, è in vantaggio su tutti i competitor in quanto: *"Sostenibilità ambientale, sostenibilità economica, sono elementi decisivi per immaginare il futuro, ma non a un anno, quanto a 10-20 anni. Pochi se ne sono accorti ma ci muoviamo in questa direzione da 5 anni. Economia circolare, rinnovabili per la produzione di energia, utilizzo di sostanze organiche e inorganiche per produrre energia. L'Eni tra 25-30 anni dovrà essere leader anche in altri settori che non saranno più gli idrocarburi"*. Circa gli impegni per la tutela del Pianete dice: *"ormai dove operiamo vendiamo pacchetti legati ai 17 obiettivi fissati dall'Onu. Dalla conservazione delle foreste alla riduzione delle emissioni. Dal 2025 non faremo più gas flaring, non bruceremo più il gas associato alla produzione"* (C. Descalzi)³⁴.

³² Sito Istituzionale ENI SpA

³³ Corriere della Sera in formato online : CorCom www.corrierecomunicazioni.it

³⁴ Economia, inserto cartaceo de Il Corriere della Sera, luglio 2019, intervista a Descalzi, *Più tecnologia per anticipare i cambiamenti*

L'Eni dei nostri giorni, come l'Eni di Enrico Mattei, dimostra di non rincorrere i cambiamenti ma di avere ancora la capacità di anticiparli in maniera pionieristica e con avveduta lungimiranza.

Bibliografia:

Monografie:

Autori Vari, *Stampa e Oro nero, 1949-1953 Documentario della campagna di stampa contro l'Azienda Petrolifera dello Stato*, Il Mercurio, Milano 1956

Bini E., *La potente benzina Italiana, Guerra fredda e consumi di massa tra Italia, Stati Uniti e Terzo Mondo (1945 -1973)*, Carocci Editore, Roma 2013

Bocci M., *Cultura in Azione, l'Eni e l'Università Cattolica per lo sviluppo dei popoli*, Vita e Pensiero, Milano 1917

Guidi F., *La Storia dei primi 40 anni dell'Agip (1926 -1966)*, Associazione Pionieri e Veterani Agip, S. Donato Milanese, 22/02/1995

Mattei E., *Scritti e Discorsi 1945-1962 Raccolta integrale dell'Archivio storico Eni*, Rizzoli Editore, Milano 2012

Riviste online:

Andriola M. L., *Sul delitto Matteotti e le mazzette del Duce*, Pagina Uno - Rivista bimestrale di analisi politica cultura e letteratura, n. 37 aprile/maggio 2014 in www.rivistapaginauno.it

Catino F., *Fonti fossili passato e futuro*, Istituto Treccani Roma, 2013 rivista online in www.treccani.it

De Ceglia V., *Hi Tech e nuovi mercati spingono il gas naturale: così supererà il carbone* – Affari e Finanza, La Repubblica online in www.repubblica.it/economia

Frescani E. *Cultura e Oro nero. Strategie comunicative e intellettuali nell'Agip e nell'Eni di E. Mattei*, Rivista online n. 38 giugno 2015 in www.storiaefuturo.eu

Pirani M., *La Storia dell'Eni dalle sfide di Enrico Mattei all'impegno per la sostenibilità*, 24 marzo 2010, quotidiano on-line in <http://www.affaritaliani.it>

Altre fonti:

Economia, inserto cartaceo de Il Corriere della Sera, luglio 2019, intervista a Descalzi, *Più tecnologia per anticipare i cambiamenti*

Archivio Storico dell'Eni: Riviste “Il Gatto Selvatico”, documenti e audiovisivi.

Numerosi spunti di riflessione sono stati tratti da pubblicazioni presenti nella Rete Internet senza l'indicazione degli autori (letteratura grigia) o all'interno di siti Ufficiali come WWW.Eni.com e WWW.FondazioneEnricoMattei.it

Per gli spunti sulla metanizzazione del Paese è stato intervistato il personale funzionario di Itagas Reti SpA della sede di Napoli